

## บทคัดย่อ

โครงการวิจัยหัวข้อ “ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อรณรงค์ต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในกลุ่มนักศึกษาของสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ” มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับรหัสของสารในสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อรณรงค์การต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความต้องการเกี่ยวกับลักษณะและคุณภาพของข่าวสารในภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าวที่นำไปสู่การสร้างเสริมพฤติกรรมที่ไม่ยุ่งเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาข่าวสารในภาพยนตร์โฆษณาให้มีบทบาทในการสร้างเสริมพฤติกรรมที่ไม่ยุ่งเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling technique) จึงได้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ 1) นักศึกษากลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสิ้น 20 คน ซึ่งศึกษาในชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 ระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเป้าหมาย (มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตวังท่าพระ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร) ที่เจาะจงว่าต้องเป็นนักศึกษาที่ดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ และ 2) บุคคลในหน่วยงานในกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวข้องกับการรักษาและรณรงค์การต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ของเยาวชน 4 กลุ่ม ๆ ละ 1 คน รวมทั้งสิ้น 4 คน ประกอบด้วย (1) เจ้าหน้าที่ในสถานพยาบาลบำบัดอาการติดสุราเรื้อรัง (2) อาจารย์ในมหาวิทยาลัยที่มีนักศึกษาติดการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ (3) เจ้าหน้าที่ระดับหัวหน้างาน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ (4) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสร้างสื่อโฆษณา ส่วนวิธีการวิจัย ประกอบด้วย 1) การวิจัยสนาม (field research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) และ 2) การศึกษาวิจัยที่มีการบันทึกไว้แล้วโดยผู้อื่น (unobtrusive research) โดยศึกษาจากเอกสารที่เป็นรายงานประจำปี รายงานสรุปการทำงานรายเดือน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเอกสารเกี่ยวกับทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีกลุ่มพฤติกรรมนิยมเกี่ยวกับเยาวชน ความรู้เกี่ยวกับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณาและการควบคุมดูแลพฤติกรรมเยาวชน ความรู้เรื่องการประเมินสารตามแนวคิดในงานนิเทศศิลป์และนิเทศศาสตร์ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ของกลุ่มเยาวชน ผลการศึกษาวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับรหัสของสารในสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อรณรงค์การต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ของกลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเขตกรุงเทพมหานคร

1.1 ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์เพื่อรณรงค์การต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ที่ออกอากาศในช่วงปี พ.ศ. 2552-2554 ซึ่งนักศึกษาในกลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำได้มากที่สุด คือ ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องของขวัญปีใหม่ ให้เหล้าเท่ากับแข่ง ออกอากาศในปี พ.ศ. 2553

1.2 รหัสของสาร (Message Codes) ที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องของขวัญปีใหม่ ให้เหล้าเท่ากับแข่ง ที่ทำให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำเรื่องราวของภาพยนตร์และได้รับสาร (message) เกี่ยวกับโทษของเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ได้ง่าย ประกอบด้วย (1) รหัสของสารที่ใช้คำ (verbal message codes) ได้แก่ ภาษาพูดของนักตัวแสดง เสียงบรรยายของผู้พากย์เสียง และภาษาเขียนที่เป็นตัวหนังสือด้วยความ “ให้เหล้า = แข่ง” ที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าว และ (2) รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (non-verbal message codes) อันได้แก่ การกระทำและการแสดงท่าทางของนักตัวแสดงในเรื่อง รวมทั้งวัตถุที่เป็นขวดเหล้าและกระเช้าของขวัญปีใหม่ที่มีขวดเหล้าวางอยู่ด้วย

1.3 ผลจากการใช้รหัสของสาร (message codes) ที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องของขวัญปีใหม่ ให้เหล้าเท่ากับแข่ง คือ ทำให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำเรื่องราวของภาพยนตร์และได้รับสาร (message) เกี่ยวกับโทษของเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ได้ง่าย นอกจากนี้ยังทำให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจถึงโทษของการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ ในส่วนของการโน้มน้าวนักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้เกิดความคิดในการลดหรือเลิกการดื่มเครื่องดื่มประเภทดังกล่าวนั้น ปรากฏผลเป็น 2 ส่วน คือ ผลการศึกษาส่วนที่หนึ่ง สรุปได้ว่ารหัสของสาร (message codes) ที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณารื่องดังกล่าว ทำให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างจดคิดเรื่องการซื้อเหล้าหรือเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์อื่นๆ เป็นของขวัญปีใหม่หรือของขวัญในโอกาสอื่น ผลการศึกษาส่วนที่สอง สรุปได้ว่า ในส่วนของพฤติกรรมการดื่มเหล้าหรือเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์อื่นๆ ของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างนั้น ถือเป็นพฤติกรรมส่วนตัวที่จะแสดงออกตามอิทธิพลกลุ่มเพื่อนและสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งเรื่องราว (อันเกิดจากรหัสของสารทั้ง 2 ประเภทประกอบกัน) ในภาพยนตร์โฆษณาเรื่องของขวัญปีใหม่ ให้เหล้าเท่ากับแข่ง และเรื่องอื่นๆ มีผลค่อนข้างน้อยในการโน้มน้าวให้นักศึกษากลุ่มตัวอย่างลดหรือเลิกพฤติกรรมการดื่มเหล้าหรือเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ต่าง ๆ

1.4 ความถี่ในการออกอากาศ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน สรุปได้ว่า ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องของขวัญปีใหม่ ให้เหล้าเท่ากับแข่ง และเรื่องอื่นๆ มีการนำออกอากาศซึ่งมีความถี่น้อยกว่าที่ควรจะเป็น ทำให้ขาดสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ช่วยตอกย้ำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโทษของเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ประเภทต่าง ๆ

2. ความต้องการเกี่ยวกับลักษณะและคุณภาพของข่าวสารในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสร้างเสริมพฤติกรรมที่ไม่ยุ่งเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ว่า ภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าว ต้องมีทั้งตัวหนังสือหรือข้อความที่มี

ความโดดเด่น รวมทั้งมีเสียง ภาพ การแสดงท่าทางของนักแสดง และวัตถุต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นเรื่องราวที่ทำให้ผู้ชมสามารถจดจำแนวคิดหลัก (concept) ของเรื่องจนได้รับสาร (message) เกี่ยวกับโทษของเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ได้ง่ายและโดยอัตโนมัติ รวมทั้งเกิดความสะเทือนใจที่เกี่ยวข้องกับบุพการี ผู้ปกครอง หรือผู้มีพระคุณ ที่ได้รับผลจากการกระทำอันไร้สติของผู้ที่ดื่มเหล้าหรือเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์อื่นๆ นอกจากนี้ ควรควบคุมให้การใช้ภาษาพูดของนักแสดงสามารถออกเสียงได้อย่างชัดเจนด้วยการใช้ประโยคที่กระชับและสื่อความหมายได้ครบถ้วนในเวลาอันจำกัด และควรนำเสนอภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าวในเวลาที่ที่เหมาะสมมากขึ้น

3. แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาข่าวสารในภาพยนตร์โฆษณาให้มีบทบาทในการสร้างเสริมพฤติกรรมที่ไม่ยุ่งเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้ คือ

3.1 ควรปรับปรุงเรื่องราวที่นำเสนอโดยใช้ทั้งตัวหนังสือหรือข้อความ เสียง ภาพ การแสดงท่าทางของนักแสดง และวัตถุต่างๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นเรื่องราวให้มีความเหมาะสมมากขึ้น

3.2 ควรมีการตรวจสอบมาตรฐานการใช้ภาษาพูดและภาษาเขียนที่ปรากฏในสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ให้มีความถูกต้อง ชัดเจน และสื่อความหมายที่ครบถ้วนภายในเวลาอันเหมาะสม

3.3 ควรเลือกนักแสดงในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์หรือในสื่ออื่นๆ ที่มีความน่าเชื่อถือ หรือมีคุณสมบัติเหมาะสมกับการเป็นตัวอย่างที่ดีของเยาวชน

3.4 ควรส่งเสริมและให้ทุนสนับสนุนการจัดนิทรรศการเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทษของเหล้าและเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์อื่นๆ โดยให้กลุ่มเยาวชนเป็นตัวหลักในการจัดนิทรรศการ

3.5 ควรเปิดโอกาสให้เยาวชนไทยได้มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อเพื่อร่วมรณรงค์ต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนให้มากขึ้นและต่อเนื่อง